浅析互联网技术与媒介融合的创新方法

摘　要：在移动互联时代的快速发展中，互联网手机终端较为流行和普及，这对传统媒体的发展带来了很大的冲击力，报纸、电视消亡论等各种危言耸听的言论一度给媒体发展带来诸多的恐慌感。对此，传统媒体必须不断创新改革媒介渠道，联合互联网技术，增强媒介的融通性，建立全媒体信息平台，让传统媒体成为与新媒体并存的主流媒体。本文首先对媒介融合进行定义上的诠释，提出互联网与媒介融合发展背景，然后提出互联网与媒介融合的必要性，最后分析互联网与媒介融合的创新方法。

关键词：互联网；媒介融合；传统媒体；新媒体；创新方法
中图分类号：G624.4　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-027-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.005

文 / 金烜

引言

当前，我们已经进入了“互联网 +”的时代，这对媒体信息的传播载体和传播内容带来了翻天覆地的变化，媒介融合成为了媒体发展的必然趋势，也是大众媒体现代化改革的必经之路。所以，在全新媒介融合条件下，互联网新兴媒体的媒介融合是在互联网技术支持下产生的，同时还融合了传统媒体内容优势，从而形成适用于自身的融合转型之道，促进了媒体的可持续发展，满足微时代受众对媒体的新要求。

1. 媒介融合的定义及发展背景

1.1 媒介融合的定义

“媒介融合”这一词汇的最早提出者是美国麻省理工学院教授伊契尔·索勒·浦尔（Ithiel De Sola Poo），他提出了“形态融合（convergence of modes）”的概念，认为数字技术将会使传统媒体，如电视、报纸等逐步消亡，媒体将会呈现多功能一体化的发展趋势。美国新闻学会媒介研究中心主任 Andrew Nachison 是这样定义媒介融合的：“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟。”

“媒介融合”主要是在互联网和数字技术裂变式发展形势下，面对新媒体的快速发展，传统媒体的急速转型的迫切需求，为了实现新旧媒体互相借势，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，成为了当前媒体融合发展是一项紧迫的战略任务。

1.2 媒介融合的发展背景

在我国，媒介融合受到了国家的大力支持，在 2014 年召开的中央全面深化改革的第四次会议中，提出对于新媒体与传统媒体融合的指导意见，为现代媒体新闻界指明了发展方向，在国家政策的推动下，媒介融合成为了传媒界发展的热门话题。在两会期间也利用媒介融合的优势，通过微信、微博、网站等形式全天候直播两会信息，增强了两会与老百姓的互动性和宣传性，这也是媒介融合实践较为成功的案例之一。

但也有部分媒体人并没有真正了解国家对媒体融合的重要指导意义，仍然停留在追求自身利益上，考虑的是“传媒股利好上涨”、中央圈定“新型媒体集团”谁将入围？媒介融合发展上存在着思想认识不足，有的满足现状，患得患失，担心打破原有格局，还有的存在畏难情绪和惰性心理，对融合发展抱有的希望不高，不愿意开拓创新，完全依靠上级下达政策，等指挥，在媒体融合方面较为被动。其实，媒体融合既不是在原有的传统媒体基础上的叠加，也不是传统媒体业务与新媒体业务的并行，而是要不断提高思想认识，在互联网技术的指导下加强统筹规划，制定总体思路，明确工作目标，将媒介资源进行整合，使信息、技术、人才融会贯通，形成一个较为统一的传播体系。所以，面对当前的市场环境，加强互联网和媒体融合尤其发展的必要性。

2. 互联网对媒介融合的重要意义

2.1 有利于构建党中央宣传思想文化阵地

新闻媒体是党的传声筒，更是党中央思想文化建设的重要组成部分，随着互联网技术的快速发展，媒体必须要进一步统一思想、提高认识，在党中央精神引领下，运用互联网技术手段，整合新闻媒体资源，创新媒体传统方式，占领信息传播制高点，进一步加快传统媒体和新兴媒体融合发展，才能更好地落实党中央主流思想舆论的战略部署，切实增强推动媒体融合发展的紧迫感、责任感和使命感。

2.2 有利于传统媒体的改革创新发展

面对媒体的发展形势，传统媒体传统的宣传方式和宣传途径已经无法满足受众对信息的需求，为了传统媒体的可持续发展，必须要走互联网和媒介融合之路，传统媒体利用自身独有的优势，融合互联网先进的技术手段，可以形成一个在融合发展的条件下此长彼长的态势。简言之，

媒体融合发展是传媒领域一场重大而深刻的变革。

2.3 有利于媒介融合走向多元化

互联网拥有数以亿计的庞大用户，能够帮助媒介融合更好地放大其价值，同时互联网还具有潜在的海量用户、庞大的数据以及专业的数据分析、整合能力，投资终端也相对完善，能够更好地解决媒介融合的技术难题。在互联网信息产业技术深入发展中，媒介融合将逐步纳入到更广阔的产业背景，从而实现在多元化融合基础上形成跨行业、跨地区、跨媒体式的媒介产业。

3. 互联网与媒介融合的创新方法

在当今互联网信息技术的发展下，媒介融合可以理解为利用互联网技术将“传媒思维 + 内容生产 + 产品形态 + 渠道占有”实现一体化发展，从而带动传媒界的快速发展。

3.1 用互联网思维推进媒介融合

媒介融合利用互联网生产方式不仅是一种技术的变革，更是一场互联网思维的基因革命。在当今的信息市场环境中，人们需要的是更加个性化和精准化的信息服务，媒介融合必须要解放思想，加强对互联网思维模式的认知，互联网无疑会给媒介融合带来巨大资金和技术上的支持，将媒介融合注入互联网思维，使传播具备海量的信息资源、传播速度更加具备实效性，传播互动性增强，充分运用大数据和云计算重视用户体验，重视信息分享，从而使媒介融合实现从“内容为王”逐步转变成“信息服务为王”，在激烈的市场竞争中实现传媒界的可持续发展。

3.2 利用互联网技术整合传播内容

媒介融合利用数字化集成报道形式，使传统的媒体宣传内容更加富有多元化和感染力，但由于信息繁冗，如何利用海量的信息抓取受众眼球成为了巨大的问题，例如，今日头条通过新闻 APP 的形式传播新闻信息，但“新闻流”的呈现方式形成了无版面阅读的窘境，表达的新闻信息的意识呈现“浅薄化”“碎片化”弊端，很难满足用户的深度需求。

媒介融合利用互联网技术对庞大的信息资源进行过滤、分析、整合，采用适宜的文本框架进行结构化加工，并利用互动化的传播方式进行可视化呈现，拓展文本表达的意义空间。同时，还可以充分发挥传统媒体的诸如“版面”“栏目”等文本框架优势，根据受众用户的阅读兴趣、阅读习惯进行整合加工，设有“生活信息”“时事信息”“趣味信息”等多个专栏，用户可以根据自己的喜好对庞大的新闻信息进行筛选阅读，使媒介融合的宣传内容达到最好的传播效果。

3.3 互联网使产品形态走向多元化

媒介融合依托互联网技术独有的开放性，对资本和技术等外部力量进行整个，从而使媒介融合完成升级转型。也就是说互联网下的媒体融合结合了内容产业、通讯产业、IT 产业等诸多产业领域，实现了产品形态从单一向多元化趋势发展。

如以乐视体育为例，乐视体育就是借助了互联网的东风，实现了产品形态的快速发展，主要是因为乐视体育联合了联通、阿里、万达等巨头，以体育内容为传媒业核心，将单一传统的视频网站的业态形式进行改革，开发集合“赛事运营 + 内容平台 + 智能化终端 + 增值服务”为一体的媒体宣传新形势，并开展多项有关体育的业务，如赛事运营业、体育彩票业、体育广告业、体育游戏业、体育电商业、体育智能硬件业等，为乐视体育构建全产业链体系，使媒介融合从一个垂直门户媒体向平台级互联网生态企业转型，成为了互联网和媒介融合的生动案例。

3.4 互联网扩大渠道占有率

在媒体融合战略的大背景下，必须要认清互联网带来的诸多益处，媒介融合主要通过报网融合的形式进行宣传，也就是“一报一网，报即是网，网即是报”。主要通过整合线上线下信息资源，在利用互联网优势实现扩大渠道占有率，以扩大其规模和影响，进一步扩大信息传播范围，增强媒体影响力。现阶段利用微信公众号和官方微博的宣传工具较为普遍，特别是在各地新闻机构较为畅行；报业集团利用微博、微信渠道扩大宣传等，通过利用互联网优势扩大媒介融合的宣传渠道，进一步加大了媒介融合的宣传力度。

结语

互联网和媒介融合是现今传媒业发展的必然趋势，媒体领导者必须要辩证地看待“互联网 +”时代给媒体发展带来巨大挑战和发展机遇，要在全新的媒介融合视域下，积极利用互联网技术的先进性，创新策略实现媒介融合，凭借新旧媒体互相借势的手段，推动融合媒体的内容生产，带动新闻业的变革，形成媒介融合的创新动力模式，从而促进媒介融合的进一步发展。媒

参考文献

[1] 卫琳 . 媒介融合背景下的报纸形态创新研究 [D]. 暨南大学，2014.

[2] 王金红 .“媒介融合”与“融合新闻”关系研究 [D]; 渤海大学，2012.

[3] 陈佳宁 . 微博：传统媒体与互联网融合的新载体 [J]; 中国广播，2010（5）.

[4] 尤晓斐 . 媒介融合时代报纸版面设计的创新探讨 [J]. 新闻传播，2015（16）.

[5] 李嘉瑞 . 浅析媒介融合时代报纸版面设计的创新与坚持 [J]. 新闻传播，2013（4）.

[6] 耿金花 . 媒介融合时代新闻编辑素养的新思考 [J]. 中国传媒科技，2013（6）.

（作者单位：浙江广播电视集团浙江卫视总编室）